

Les effets de la mondialisation sur la pratique du design industriel au Québec

André Desrosiers
Professeur invité, École de design, UQAM
Janvier 2010

Le Québec et la mondialisation

La société québécoise est issue, il y a plus de 400 ans, de la rencontre d'Amérindiens provenant d'Asie et de voyageurs européens à la recherche d'une meilleure route commerciale vers la Chine. Elle est un produit de la mondialisation et un partenaire actif du commerce mondial. Les exportations représentent plus de la moitié de notre produit intérieur brut et les échanges internationaux sont proportionnellement plus importants pour notre économie qu'ils ne le sont pour la Chine, par exemple. Aujourd'hui, un Montréalais sur cinq est né hors du Canada. C'est en partie grâce à ces échanges de biens, de services et de personnes que les Québécois ont accédé à un niveau de vie relativement élevé.

En tant qu'exportateurs nous vendons de l'aluminium, des avions et des simulateurs de vols. Nous importons du pétrole, des véhicules automobiles et des composantes d'avions. Les échanges commerciaux évoluent et, au cours des dernières années, la fabrication de nombreux produits s'est rapidement délocalisée. Des changements majeurs se sont manifestés dans les secteurs du vêtement et des objets décoratifs. Les ordinateurs, téléphones, baladeurs, jouets, chaussures et vêtements proviennent désormais à peu près tous d'Asie. Voyons comment ces transformations affectent la pratique du design industriel au Québec.

Les changements causés par la mondialisation

La mondialisation se manifeste, notamment, par la concentration de la production de certains biens dans des régions très spécifiques du globe. Cette concentration profite aux consommateurs de la terre entière, mais elle a des conséquences sur la distribution géographique des emplois en design. La délocalisation modifie aussi la façon dont nous nous identifions culturellement aux objets que nous utilisons. Ce que nous consommons est désormais offert partout et esthétiquement acceptable par tous. Plusieurs de ces objets n'existaient pas il y a dix ou vingt ans, réduisant encore plus nos références culturelles ou historiques. L'origine géographique des produits n'a plus de signification pour ceux qui les achètent. Le prix, l'image et la confiance sont devenus les critères contemporains du choix.

Du technique au culturel

Alors que notre économie produisait des bouilloires, des téléviseurs ou des articles de table, ces industries et le travail de design qui les accompagne tendent à disparaître. Parallèlement à cette perte, les entreprises impliquées dans la fabrication d'avions commerciaux et les fabricants de simulateurs de vols se sont bien développées. Ces entreprises et celles reliées aux transports sont importantes dans notre économie, mais ne génèrent pas beaucoup de travail pour les designers industriels. Les ingénieurs et les machinistes sont les principaux contributeurs de ces industries. Dans ce contexte, le travail de design consiste essentiellement à rendre des plateformes technologiques acceptables et appropriées pour divers marchés régionaux.

La plupart des vélos que nous achetons proviennent désormais de la Chine, mais il subsiste des fabricants et des designers de bicyclettes au Québec. Ils sont principalement engagés dans le marché de haute performance. Mais, si le marché de masse nous échappe, de nouvelles opportunités surgissent. Lorsque la Ville de Montréal a voulu offrir un système de vélos en libre service, elle a fait appel à Stationnement de Montréal pour développer un

produit original. Forte d'une expertise acquise avec son système de bornes de stationnement solaires communiquant par Internet, la firme en a profité pour développer un système locatif unique, particulièrement bien adapté aux exigences climatiques de Montréal.

Alors que le volume de travail technique diminue, les designers trouvent de nombreuses applications à leurs talents dans des domaines artistiques et culturels. Récemment, le Cirque du Soleil a demandé aux designers industriels de créer des équipements qui permettent de nouvelles performances acrobatiques. Le Centre de recherche en innovation de la performance (CRIP) du Cirque du Soleil, dirigé par un designer industriel, a également mis sur pied un programme de maillage avec des écoles de design et d'ingénierie au Québec. Les étudiants ont contribué de deux façons. La première a été de concevoir des structures inédites qui permettent de nouvelles acrobaties. La seconde a été de proposer un nouveau langage formel au Cirque qui, traditionnellement, affiche une esthétique baroque. De façon intuitive, les étudiants ont redéfini ce langage d'une façon plus contemporaine et urbaine.

Plusieurs jeunes designers travaillent au développement de jeux électroniques. L'industrie du jeu vidéo a connu une croissance rapide à Montréal, en partie grâce à des politiques fiscales avantageuses. À la fin des années 1980, Daniel Langlois, un designer graphique, a développé un logiciel devenu célèbre. Il a servi à créer les dinosaures de Spielberg dans « Parc Jurassique ». L'un des legs de son entreprise est une industrie du jeu vidéo florissante. Les titres de jeux vidéos populaires développés ici comprennent *Assassin's Creed*, *Prince of Persia* et *Army of 2*. De nombreux produits qui intègrent les technologies de l'information ont été développés au Québec. Un simulateur de vol est essentiellement un très gros jeu vidéo.

Le mobilier urbain est devenu un symbole de distinction pour les villes et il y a une tendance à développer du mobilier et de l'éclairage spécifiquement pour un édifice, un site ou un quartier. Le mobilier du Quartier International, de la Place Normand Béthune ou du Quartier des Spectacles constituent des exemples notables.

Le design d'événements est une discipline du design qui émerge rapidement. Les designers sont de plus en plus appelés à créer des scénographies entières pour des espaces publics. Les festivals sont une composante importante de l'industrie touristique montréalaise. La Ville de Montréal a tenu un concours pour le design de mobilier festivalier temporaire pour le lestage, le pavoisement et la circulation piétonnière lors de la tenue des festivals. Dans un grand projet récréotouristique au Massif de la Petite-Rivière-St-François, le promoteur désire relier son projet à la Ville de Québec par un lien ferroviaire. Il fait appel à des designers industriels pour rénover des wagons passagers afin de créer une expérience touristique totale et englobante.

Séries courtes

Une conséquence évidente du type de produits conçus au Québec c'est qu'ils impliquent des séries plus courtes. Alors que les produits à hauts volumes et offrant peu de marges bénéficiaires ne retiennent plus l'attention de nos fabricants, les designers portent leurs efforts sur des produits de niche qui génèrent de petites séries de production. Plusieurs produits électroniques hautement spécialisés, instruments de mesure ou appareils d'analyse sont toujours développés ici et fabriqués à quelques centaines d'exemplaires. Ces produits sont conçus par des designers internes ou des consultants et fabriqués à l'aide de techniques récentes de prototypage. La maîtrise de technologies spécifiques et du savoir-faire qui permettent un développement efficace de produits de courtes séries est typique du design industriel québécois.

L'industrie du meuble qui est relativement importante au Québec, principalement à cause des exportations vers les États-Unis, est bouleversée par les importations asiatiques plus compétitives et la remontée rapide du dollar canadien. Alors que de plus petits fabricants peuvent continuer à servir des marchés précis, les plus importants trouvent ce climat d'affaires insoutenable. Dans une telle situation, de petits joueurs émergent et la demande en design se redistribue.

Le marché de luxe est à peu près inexistant au Québec. Dans le domaine des produits domestiques, entre les produits de masse et les produits de luxe, le marché est étroit. Les productions locales sont donc petites et se rapprochent forcément des métiers d'art.

L'industrie de la santé est très enracinée culturellement. Le développement et la mise en marché de nouveaux équipements médicaux sont solidement ancrés dans un réseau corporatiste, légal et politique. Plusieurs designers industriels oeuvrent dans ce domaine. Ici encore, la flexibilité et le savoir-faire pour les courtes séries sont des caractéristiques utiles de nos designers.

Dans l'exemple du Cirque du Soleil mentionné précédemment, la production d'un nouvel accessoire génère des séries de quelques dizaines d'objets, tout au plus. Le prototypage, les essais et les modifications requièrent toutefois autant de temps pour ses concepteurs que pour une production de haute série.

Les designers-producteurs

Un certain nombre de designers éditent, fabriquent ou distribuent leurs propres créations à un moment donné ou à un autre de leur carrière. Certains d'entre eux fondent alors des entreprises de production manufacturière. Ces entreprises couvrent le large spectre de la production artisanale à la grande série, de la fabrication locale à la production délocalisée, de la distribution régionale à la commercialisation mondiale. Je nomme ces entrepreneurs des « designers-producteurs ». Designers, puisque le design est leur domaine de formation ou c'est ce qu'ils déclarent être, et producteurs, non seulement au sens de fabricant, mais aussi au sens d'agent économique, participant au risque et assurant le financement de l'entreprise, un peu comme le producteur au cinéma.

Aujourd'hui, le secteur manufacturier québécois subit simultanément les contrecoups de l'appréciation du dollar et d'une compétition mondiale accrue. Alors que le secteur manufacturier plafonne et que notre économie se développe davantage dans le secteur des services, les institutions d'enseignement universitaires et collégiales forment des cohortes annuelles qui avoisinent maintenant cent cinquante diplômés. C'est cinq fois plus qu'il y a trente ans. L'offre en design est élevée et plusieurs jeunes designers qui désirent exprimer leurs idées optent pour l'auto-édition. On observe, dans les médias, de plus en plus d'exemples de designers-producteurs et la fondation, en juin 2008, du Regroupement des entrepreneurs en design industriel (EDI) confirme l'effervescence de cette pratique.

Les designers-producteurs, sont des hommes et des femmes jeunes, ayant généralement reçu une formation universitaire en design, et souvent issus de familles entrepreneuriales. Ce sont des créateurs et ils se perçoivent et se dépeignent comme tels. Ils désirent déterminer la nature et le cadre de leur travail et réaliser les produits qu'ils créent avec passion. On pourrait dire que le manque d'intérêt et d'aptitudes pour les affaires des designers-producteurs constitue un handicap pour la création d'une entreprise. Par ailleurs, leur capacité à développer des produits distinctifs, à mener des projets, leur approche créative et leur intérêt marqué pour les arts représentent des avantages importants. En fait, ils partagent des caractéristiques qui sont le propre des entrepreneurs : ils présentent une certaine dose d'anticonformisme, ils aiment être en concurrence et ils sont très déterminés.

Avec leurs partenaires, les designers créent des entreprises relativement durables, créatrices de richesse économique et culturelle. Elles sont fortement concentrées dans le secteur des objets décoratifs et de l'ameublement et produisent des objets originaux qui affrontent avec succès la concurrence internationale et contribuent concrètement à notre enrichissement collectif. Ces entreprises créent davantage d'emplois directs que l'ensemble des bureaux de consultation en design au Québec. Malgré ces faits d'armes assez remarquables, c'est une pratique qui est demeurée effacée dans l'histoire et l'enseignement du design. Les entreprises de designers sont de taille variable et représentent divers niveaux de risque. Elles constituent des projets atteignables et réalisables.

Conclusion

Le changement est porteur d'opportunités. N'oublions pas que la proportion décroissante du secteur manufacturier dans notre économie est principalement attribuable aux gains d'efficacité et à la croissance relative des secteurs créatifs et des services. Le travail des designers industriels continuera d'évoluer et de s'adapter à une économie mondiale basée sur la créativité et les services.

Il apparaît donc important que la formation des designers soit ici conséquente et les rende plus aptes à relever les défis contemporains de la concurrence économique. Il aurait lieu de parfaire la culture entrepreneuriale et commerciale des nouveaux designers. C'est un domaine de connaissance qui pourrait être mieux desservi par nos institutions d'enseignement universitaire en design.